

УДК 655.413:050

*Л. Й. Піскозуб**Українська академія друкарства***ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ З ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ
В СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ**

На прикладі сучасних аудіовізуальних засобів масової інформації розглядається організація спеціальних програм і проектів, присвячених українському книговиданню. Обґрунтовується потреба функціонування в українському інформаційному просторі часопису для дослідження проблем галузі.

Періодичне видання, видавнича справа, комунікаційні процеси

В інформаційному суспільстві головною умовою культурного розвитку особистості й держави залишається передача інформації за допомогою книги як «...сукупності векторів творчості автора, художника, видавця та втілення їх як у предметі духовної культури (зміст), так і в предметі матеріальної культури...» [2, с. 160]. Як зазначає професор, директор Російської книжкової палати Б. Ленський, «більше трьох десятиріч проблема співвідношення книги і засобів масової інформації і комунікації не сходить зі сторінок наукових та інформаційних видань... книга, а в більш загальній формі друк, залишається одним з найважливіших засобів людського спілкування, обміну соціальною інформацією... жоден з існуючих прогнозів розвитку інформаційних процесів у суспільстві не містить ніяких вказівок на старіння книги як багатофункціонального інформаційно-комунікативного інструмента, втрату нею своїх якостей як елементу культури» [4, с. 50]. Твердження Б. Ленського, опубліковане у 1999 р., набуває особливої актуальності сьогодні. Незважаючи на широкий ряд сучасних засобів масової інформації, якими насичене нинішнє суспільство, одним з головних носіїв інформації залишається книга.

Створення єдиного інформаційного простору є актуальним напрямом роботи книжкового ринку України [1, с. 8]. Так, перші кроки популяризувати книгу здійснює творчий колектив 40-хвилинної щотижневої програми «Книга. Уа», яка з'явилася на національному телеканалі УТ-1. Як відзначає автор та ведуча проекту Марина Бондаренко, «ми хочемо, щоб ця програма була путівником для наших глядачів у світ літератури. Для нас це важливо, і ми хочемо, щоб глядачі програми зрештою стали читачами української книги, щоб виникло бажання піти в книжковий магазин або на книжковий базар і купити щось з української літератури». Щодо змісту програми — вона поділена на рубрики і має вигляд умовного інформаційного дайджесту найпомітніших подій: де, що, коли і як відбувається в Україні. Для справжніх шанувальників літератури в програмі «Книга.Уа» передбачена рубрика, що розповідає про незначні історії з життя відомих авторів, епізоди з різних часів української літератури — від давньої до сучасної. Серцевиною програми є інтерв'ю з популярними письменниками, видавцями, ілюстраторами. Окрім того, програма «ходить у гості» до публічних людей і вивчає український бомонд з точки зору його літературних уподобань. Нагадаємо, на сьогодні «Книга.Уа» залишається

єдиною програмою з-поміж усього українського телевізійного мовлення, метою якої є поширення знань про книгу. Сподіваємося, «Книга.Ua» стане поштовхом для створення ширшого ряду телевізійних проєктів про книгу, оскільки єдина програма, яка виходить в ефір лише один раз на тиждень, не може охопити всього розмаїття українського друкованого слова. Захисту української книжки «...має бути підпорядкований увесь арсенал інформаційних, публіцистичних та організаційно-творчих засобів журналістики [5, с. 69].

У цих умовах основними засобами масової інформації про книжковий ринок залишаються друковані видання. До них належать каталоги нових надходжень Книжкової палати України (система «Літописів» нових надходжень, «Книги у виробництві»), каталоги книг, створені приватними фірмами і товариствами (у 1998–2003 рр. робота над каталогом «Книги України» велася донецькою приватною фірмою «Ідея»), прайс-листи видавництв, видавничі та книготорговельні каталоги, тематичні плани тощо. З розвитком сучасних електронних засобів масової інформації більшість каталогів книг стала доступною в мережі Інтернет, що сприяє швидшому пошуку необхідного видання, отриманню всіх найважливіших даних про нього та купівлю за допомогою інтернет-магазину (до прикладу, Vambook, Кнуха, Bookclub, Bookye тощо). Проте слід зауважити, що каталоги та покажчики нових надходжень носять більше інформативну, довідкову функцію.

Найповнішим джерелом інформації про сучасний книжковий ринок є фахові періодичні видання, які «... розповідають про досвід роботи книжкової галузі за кордоном, допомагають зорієнтуватися в різноманітті сучасної друкованої продукції, подають рецензії на окремі видання, рекламу тощо» [1, с. 9]. До таких видань належать «Книжковий клуб плюс», «Книжник review» та «Друг читача» (до цього переліку частково відноситься «Вісник книжкової палати» з рубриками «Видавнича справа» та «Рецензії», цікавими для масового читача, однак інші рубрики часопису засвідчують, що він тяжіє до складнішої форми подачі інформації — розміщення наукових досліджень провідних фахівців книговидавництва, аналізу поточних проблем книговидавництва й книгорозповсюдження). Пріоритетом «Книжника Review» — часопису про всі книжки і всіх письменників — та газети «Друг читача» є «...книжкова критика та рецензування, а також популяризація авторів і видавництв, формування читацького смаку...» [3, с. 35]. «Книжковий клуб плюс» об'єднує як огляди нових надходжень і рецензії на них, так і результати соціологічних опитувань, інформацію юридичного характеру, питання державної мови та аналітичні статті про книговидавничий рух, чим приваблює широкі читацькі кола. Усе ж варто нагадати, що перелічені видання розглядають питання книговидавництва виключно з погляду на його кількісні показники та тематичну спрямованість, рекламують продукцію видавництв і публікують безліч інтерв'ю з персоналіями видавничого бізнесу.

Відтак, питання видавничої справи і редагування, підготовки до друку якісних за змістом і формою друкованих видань, роботи автора з редакційним колективом, культури видань, досвіду для України зарубіжної видавничої освіти й здійснення заходів для його впровадження у вітчизняну практику поодинокі та розпорошені по різних періодичних виданнях і збірниках. Лише частково видавнича справа і редагування представлені в «Збірнику науково-дослідного центру періодики», збірнику «Українська

періодика: історія і сучасність», «Наукових записках Інституту журналістики». Спеціальні рубрики з видавничої справи і редагування були започатковані на шпальтах науково-технічного збірника «Поліграфія і видавнича справа» («Видавнича справа і редагування»), збірника «Книга і преса в контексті культурно-історичного розвитку українського суспільства» (матеріали видання поділені на «Праці викладачів кафедри видавничої справи і редагування», «Праці аспірантів та магістрантів кафедри видавничої справи і редагування», «Праці дослідників, залучених до спільних наукових проєктів»), «Наукових записок» УАД («Серія книгознавства, видавничої справи і організації книжкової торгівлі»), «Вісника книжкової палати» («Видавнича справа», «На допомогу видавцю-початківцю») і становлять цінний матеріал для фахівців видавничої справи і тих, хто здобуває цей фах. Проте періодичного органу, який би був присвячений власне питанням видавничої справи і редагування, публікував фахові наукові дослідження з теорії і практики видавничої справи та водночас містив практичні поради для працівників видавничої галузі, висвітлював питання економіки й організації видавничої справи, електронної видавничої справи та ряд інших на ринку української періодики поки що немає. Особливо гостро постає питання створення періодичного органу для видавців після зникнення з видавничого обігу фахового науково-практичного часопису «Друкарство». Продовжуючи здобутки фахових видавничих часописів першої третини ХХ ст. («Нова книга» та «Бібліологічні вісті»), аналізуючи сучасні реалії видавничого ринку й орієнтуючись на закордонний досвід, кафедра видавничої справи і редагування Української академії друкарства працює над розробкою концепції періодичного видання для видавців.

1. Афанасенко О. Інформаційні можливості книжкового ринку України / О. Афанасенко // Вісник книжкової палати. — 2003. — № 7. — С. 8–10. 2. Борисенко О. Сучасні настільні видавничі системи: переваги та недоліки / О. Борисенко // Видавнича галузь і кадри: досягнення, проблеми, перспективи: наук.-практ. зб. / упоряд. Е. І. Огар. — Львів: Аз-Арт, 2002. — С. 160. 3. Копистинська І. Роль книгознавчої періодики в рекламуванні та популяризації книг / І. Копистинська // Друкарство. — 2004. — № 2. — С. 33–36. 4. Ленский Б. В. Место книги в современных информационных потоках / Б. В. Ленский // Научная книга. — 1999. — № 1–2. — С. 40–59. 5. Мельник І. Розвиток традицій Івана Тиктора у практиці сучасних українських видавництв / І. Мельник // Видавнича галузь і кадри: досягнення, проблеми, перспективи: наук.-практ. зб. / упоряд. Е. І. Огар. — Львів: Аз-Арт, 2002. — С. 69.

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ ПО ИЗДАТЕЛЬСКОМУ ДЕЛУ В СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

На примере современных аудиовизуальных средств массовой информации рассматривается организация специальных программ и проектов, посвященных украинскому книгоизданию. Обосновывается необходимость функционирования в украинском информационном пространстве периодического издания для исследования проблем отрасли.

MAGAZINES FROM PUBLISHING BUSINESS IN MODERN OF COMMUNICATION PROCESSES

The article describes special programs and projects of Ukrainian book publishing on the basis of modern Ukrainian audio-visual media. The investigation also proves the necessity of installation the professional publishing and editing magazine into Ukrainian publishing industry.

Стаття надійшла 12.06.08